



SUZAN VERBERNE

DE PRIVACY PARADOX

Software die iets over ons weet kan ons beter helpen: een zoekmachine die weet dat als ik 'vk' zoek, ik de Volkskrant bedoel en niet het Russische bedrijf VKontakte. Of een toeristische app die mij suggesties geeft voor activiteiten bij mij in de buurt. Deze toepassingen weten iets van je, en met die informatie kunnen ze je beter van dienst zijn. De meeste mensen vinden het geen prettig idee dat hun activiteiten gelogd worden, en toch installeren ze apps waarvan ze weten dat ze persoonlijke data opslaan, zoals bijvoorbeeld Facebook en Google Now. Dit is de *privacy paradox*: we maken ons zorgen over de privacy van onze data, maar ons gedrag is niet in overeenstemming met die zorgen.

Ik heb een keer de locatiegeschiedenis gedownload die Google van mij had opgeslagen. Het gaf me een wat ongemakkelijk gevoel om die informatie op een kaart weergegeven te zien. Ook mijn persoonlijke bestand van Google zoekvragen heb ik een keer gedownload. Zoekvragen vormen een schat aan informatie, en combinaties van zoekvragen leiden onverbiddeijk naar specifieke gebruikers. Denk maar eens aan de informatie die jij toevertrouwt aan Google via je zoekvragen: de inhoud van je werk, je reisplannen, je aankopen, de namen van mensen die je ontmoet – die combinatie van informatie is absoluut uniek voor jou.

Het is niet alleen jouw persoonlijke

informatie waar Google gebruik van maakt, maar ook de grote hoeveelheid zoekvragen van alle andere gebruikers. Bij het invoeren van de zoekterm Brexit kreeg ik vandaag als quersuggesties 'Brexit news', 'Brexit petition' en 'Brexit jokes'; simpelweg de meest gestelde zoekvragen. De toevoeging 'news' had ik trouwens niet eens nodig want de belangrijkste resultaten waren nieuwsberichten. Niet omdat bij Google iemand bedacht heeft dat ik geïnteresseerd ben in het nieuws over Brexit, maar simpelweg omdat dat de nieuwsberichten de meeste kliks kregen.

De informatie die software over ons verzamelt, zoals onze zoekgeschiedenis, komt meestal niet bij mensen terecht: aanbevelingen zoals quersuggesties worden gegenereerd uit statistieken over de data. En toch kan het ongemakkelijk voelen. Advertenties in de browser die zijn geselecteerd op basis van ons surfgedrag vinden de meesten van ons nog wel acceptabel, maar wat als je een brief van de bank ontvangt met daarin de aanbeveling om een kinderspaarrekening te openen, omdat uit jouw betaalgedrag is gebleken dat je een baby hebt? Dat vinden veel mensen te ver gaan. Waar ligt voor jou de grens? En misschien nog wel belangrijker: wat doe je eraan om die grens te bewaken? ●

ILLUSTRATIE: DAGMAR ROODENBERG

 COMMIT/project SWELL